新媒体时代下广播电视节目编辑的创新

摘 要：随着以互联网为代表的新媒体的出现，当前广播电视节目面临着强大的市场竞争力。因此，面对新媒体步步紧逼的竞争态势，广播电视节目必须加大创新力度，不断丰富广播电视节目内容，转变传统广播电视节目编辑的固有观念，才能够在激烈的竞争中赢得一席之地。本文就广播电视节目编辑当前存在的主要问题展开深入讨论，并且给出了有效的创新措施，以期提升广播电视节目的质量。

关键词：新媒体；广播电视；编辑；创新
中图分类号：G222 文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-112-02 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.12.043

文 / 卫江鹏

随着社会的发展，人们对于生活的质量提出了更高的要求，对于广播电视节目来说，当前正面临着机遇与挑战并存的局面。一方面，经济的不断发展为人们提供了强大的物质基础，于是人们对于精神文化需求也有了更高的要求，广播电视节目作为人们生活中不可或缺的娱乐方式，被人们寄予了深厚的期望；另一方面，随着科技的不断进步，互联网技术高速发展，网络已经成为与广播电视节目并驾齐驱的新媒体形式，随着手机网络的普及，网络在人们生活中发挥着越来越重要的作用。因此，对于广播电视节目来说，必须保持不断创新，丰富节目内容，创新节目形式，才能为人民群众提供更多高质量的电视节目。

1. 当前广播电视节目编辑存在的不足

在当前新媒体蓬勃发展的形势下，广播电视媒体也正在加快改革的步伐，以满足时代对广播电视的新需求。然而，就当前实际状况来说，很多省级广播电视台无论从节目制作理念，还是从硬件条件都不能紧跟时代的步伐，往往在节目编辑过程中受很多惯性思维的局限，导致广播电视节目的创新性严重不足。具体来说，在新媒体环境下，广播电视节目在以下方面存在不足。

1. 1 广播电视节目时效性相对较差

在过去，网络没有普及的时候，电视以其时效性得到人们的喜爱。然而，随着网络技术的发展、智能手机的普及、手机网络的成熟，人们对于获取新闻的速度早已不是传统媒体所能够相比的。因此，在时效性方面，广播电视节目与网络相比天生具有很大的劣势。广播电视节目一方面受到其媒体性质原因的影响，一方面由于国家相关单位的监管和约束，必然影响到时效性，新闻的播放一定存在着时间间隔，从而无法与网络展开时效性竞争。

1. 2 广播电视节目形式内容单一

广播电视节目作为传统媒体，经历了几十年的发展历程，因此已经形成了一整套固有的制作模式和播出模式。然而，发展至今，依然沿用传统思维制作的电视节目，在新媒体环境下，显得竞争力不足。一方面，节目本身缺乏创新，内容老套，并且不同广播电视台沿用相似的制作理念和播出理念，千篇一律，无法真正吸引观众的注意力。而在新媒体环境下，人们通过网络可以欣赏到的节目内容和形式十分丰富，并且可以根据自己的喜好随意切换节目内容。

1. 3 广播电视节目结构不够创新

广播电视节目的播出通常是通过家庭电视机来实现的，无论是传输效率还是观看体验都无法与新媒体相比，尤其是新媒体环境下，观众可以利用 PC、手机在任何地方观看想看的节目。而在电视机上播出的广播电视节目，依然沿用传统节目结构，新闻之后是电视剧或娱乐节目，再加上其中时常穿插的广告、新闻类节目，长此以往观众对这样的节目结构早已经失去了兴趣，甚至产生厌烦感。

由此可见，在多媒体技术的推动下，广播电视节目必须强化创新意识和创新能力，通过多样化编辑的优秀电视节目来将观众带回电视机旁，提升节目收视率。

2. 广播电视节目编辑的创新策略

2. 1 提升创新性思想意识，让观众和节目零距离

在网络技术的蓬勃发展下，再加上三网融合的进程不断加速，广播电视节目面临的竞争只会越来越激烈，要想在这样的环境下占有一席之地，甚至提高收视率，广播电视节目必须持续创新编辑思路，提升创新意识，为广播电视节目增加新鲜血液。作为节目编辑来说，必须持续拓展视野，寻找各个领域中贴近生活，贴近观众的话题或内容，创作出具有较高价值的节目，将节目与观众的兴趣实现完美结合。比如，2013 年，浙江卫视一系列贴近生活的新闻节目获得了广泛地社会好评，比如《中国式过马路》《寻找身边的雷锋》等，都在社会上引起了广泛的关注和强烈的反响。并且，这些节目的播出，也充分借助了新媒体力量来扩大节目影响力。这些节目之所以让观众接受和喜爱，最重要的一点就是节目本身贴近观众的生活，能够引起观众的议论和共鸣。

因此，广播电视节目只有不断创新，才能够真正赢得观众的心。并且，这种创新要一直持续下去，所谓创新就是要做前所未有的尝试，而不是固步自封。当初湖南卫视《超级女声》的热播掀起了选秀热潮，之所以《超级女声》得到了观众的热捧，一方面是通过在普通人中选明星的方式拉近了

观众和电视的距离；另一方面节目的制作方式、推广方式、节目内容在当时都是前所未有的创新，因此获得了观众的喜爱。所以说，广播电视节目的创新需要持续。

2.2 创新编辑内容，满足观众需求

广播电视节目与新媒体节目相比，最大的劣势在于不能够实现点播。观众可以从网络上任意选取自己喜欢的节目观看，网络为观众提供了海量资源。然而，电视在这方面就要被动得多，只能通过固定时间向观众播出固定的电视，观众完全没有自主性，或者说自主性很差，只能从一个台换到另一个台。

广播电视这样的一个劣势就要求广播电视节目在制作和编辑的时候，做到两点。第一，打破传统节目制作理念，向多元化趋势发展。以前所有广播电视台几乎都遵循同样的制作模式和播出模式，每天的节目架构大致相同，这就让观众的选择被进一步压缩。所以，广播电视节目的制作必须向多元化趋势发展，打破传统思维，创造多种形式和内容的节目提供给观众。第二，要求广播电视节目的制作必须具有更强的针对性。当前时代已经发展至信息时代，每天都有海量的信息等待人们处理。人们可以通过网络来获得这些信息，然而，电视可以提供给观众的是经过精心制作加工的电视节目，但是这要求电视节目的制作能够符合观众的心理需求，能够敏锐地抓住观众心里最希望看到的信息来制作节目。所以，广播电视节目编辑必须具有很好的信息辨析能力和政治敏感度。

浙江卫视《奔跑吧，兄弟》就是这样一档符合观众心理需求的节目。该节目是借鉴韩国流行的综艺节目《Running man》，在此基础上结合中国特色制作的，最大的特色就是节目中的明星放下偶像包袱，和普通人一样在游戏中表现喜怒哀乐，让观众被深深吸引，尤其在最后的撕名牌游戏中，明星们的全情投入更是让观众大呼过瘾，满足来观众对明星的好奇心理，从而让节目大获成功。

2.3 深入挖掘新闻，制作独家报道

广播电视节目相对新媒体来说，其最大的有点就在于节目本身经过来精加工而呈现给观众。而网络上的资源则良莠不齐，优劣并存。所以，在广播电视节目的编辑和制作过程中，必须将精加工这一优势发挥到淋漓尽致。具体表现就在于通过多角度、多层次来对新闻、事件做深入阐述，从而制作出真正独特、新颖、深入人心的精品电视节目。

不管在任何时候，不管面对怎样的竞争，一档能够引起人兴趣并且能够激发人们内心思潮的节目必然是一档优秀的节目。浙江卫视推出的《寻找可游泳的河》系列节目，关注的焦点是社会上广为瞩目的水污染问题，节目对该主题展开多篇深入调查，带着观众一起对水污染问题展开全面的调查和监督，其中推出的《寻找》和《问水》两组系列报道，以及与之相关的共发布来三十多篇访谈调查式新闻报道，在社会上形成十分热烈的讨论。这档节目也是广播电视节目展现舆论监督功能最为典型的案例之一。这档节目之所以成功，其主要原因就在于对新闻话题挖掘深度足够，再加上主题本身与人们的亲身生活密切相关，所以播出之后引起了观众的共鸣。

2.4 丰富电视节目形态，寻找多元化创新元素

近些年，电视上出现了很多备受好评的电视节目，包括《爸爸去哪儿》《我是歌手》《奔跑吧，兄弟》《极限挑战》《中国好声音》等。这些节目都以其创新的节目元素让观众感到了耳目一新，从而让节目获得了观众的认可和喜爱。通过对这些节目展开分析，我们可以看出，这些风靡全国的节目之所以成功，其最大的原因就在于创新。《非诚勿扰》之所以成功，在于节目将男女生的爱情观、择偶观放在了公开场合来表达，通过短暂的交流的思想碰撞来抉择是否选择牵手，满足了观众的好奇心，并且其形式、内容都让观众觉得十分新鲜；《中国好声音》之所以成功，与其他选秀节目相比，导师用转椅背对观众的方式，一方面让比赛更加公平，另一方面也让观众觉得好玩、新鲜；此外，该节目打破之前选秀节目的评委模式，开启导师模式，也让节目增加了前所未有的趣味性。

反之，也有一些电视台在新形势下依然不为所动，固步自封，带来的结果只能是举步维艰，勉力支撑。所以，对于广播电视节目来说，必须注重从创新入手，突破传统思维，丰富电视节目形态，寻找多元化创新元素，为观众打造更多优秀的、让人觉得新鲜的节目。

结语

就当前我国广播电视节目状况来说，创新依然是极为缺乏的。一方面，很多电视台依然沿用传统制作、播出模式，固步自封，不愿打破传统，导致市场日益丧失；另一方面，很多广播电视节目跟风现象十分严重，也是创新意识缺乏的表现。《非诚勿扰》大火之后，各电视台纷纷推出自己的相亲交友类节目；《中国好声音》热播之后，很多类似的选秀节目陆续出现。一味地抄袭和模范对于提高广播电视节目质量没有任何意义，只有不断创新才能为广播电视节目找到新出路。媒

参考文献

[1] 姜豪 .“导向把握”在广播电视节目编辑中的应用研究 [J]. 西部广播电视，2016（17）：53+62.

[2] 张馥洁 . 融媒体时代广播新闻编辑发展战略研究 [D]. 河南大学，2013.

[3] 谢金华 . 论新媒体时代电视新闻编辑的创新路径 [M]. 今传媒，2014（03）.

（作者单位：山西省运城市盐湖区有线广播电视站）